

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



T E S I S

**La administración de la logística en la generación de ventajas
competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan
de Milpo – 2016**

Para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores: Bach. Anais Roxana CALDERON TRINIDAD

Bach. Miriam Dayci CORNEJO VILLOGAS

Asesor: Dr. Alcides Eusebio ESPINOZA LEON

Cerro de Pasco – Perú – 2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



T E S I S

**La administración de la logística en la generación de ventajas
competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan
de Milpo – 2016**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Cesar Wenceslao RAMOS INGA
PRESIDENTE

Lic. Irmer Herminio PALACIOS PANEZ
MIEMBRO

Mg. Ignacio Alfredo PAITA PANEZ
MIEMBRO

DEDICATORIA

La presente tesis es dedicada a Dios y nuestros padres porque nos brindaron su apoyo incondicional para culminar nuestra carrera profesional.

RECONOCIMIENTO

Nuestro agradecimiento a los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, especialmente nuestros profesores de la Escuela de Formación Profesional de Administración de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión de Cerro de Pasco; por haber contribuido directa e indirectamente en nuestra formación profesional, la cual hoy vemos que nuestra ansia de ser profesionales se ha cumplido con éxito

A nuestro asesor Dr. Alcides ESPINOZA LEON por su gran interés en asesorarnos en la elaboración del proyecto de investigación y en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Gracias

RESUMEN

Las nuevas tendencias en cuanto se refieren a innovadoras técnicas de administración de empresas han demostrado que éstas desarrollan mayor potencial y mejores niveles de competitividad gracias a la utilización de estrategias en el uso de la logística empresarial.

Por el contrario, muchos directivos de las empresas, que se han mantenido vigentes a través de muchos años, no consideran desarrollar ventajas competitivas en el ámbito de la administración logística, técnicas que con el transcurrir de los últimos años han posicionado a quienes sí las han utilizado para convertirse en propuestas competitivas, con ello, obteniendo mayores y mejores resultados económicos.

La administración de la logística, orientada a la generación de ventajas competitivas, en la Empresa de Servicios Múltiples ESERMUL, nos ha brindado un espacio oportuno para demostrar que la aplicación correcta y/o estratégica, de manera oportuna permitirá desarrollar una empresa, por ello, aplicamos los instrumentos de investigación con el objetivo de recopilar la información existentes y su forma de aplicación durante nuestra intervención, determinándose la existencia de una estrecha relación entre la logística empresarial y las ventajas competitivas en cualquier mercado de consumo.

Creemos firmemente que nuestro trabajo investigativo será un instrumento que contribuirá, además de sentar precedente, oportuna y sistemáticamente a entender que la generación de ventajas competitivas hacen grande a una empresa.

Palabras clave: Generación de ventajas competitivas, administración de logística

ABSTRACT

The new trends regarding innovative business administration techniques have shown that they develop greater potential and better levels of competitiveness thanks to the use of strategies in the use of business logistics.

On the contrary, many company managers, who have remained in force for many years, do not consider developing competitive advantages in the field of logistics management, techniques that over the last few years have positioned those who have used to become competitive proposals, thereby obtaining greater and better economic results.

The administration of logistics, oriented to the generation of competitive advantages, in the ESERMUL Multiple Services Company, has given us an opportune space to demonstrate that the correct and/or strategic application, in a timely manner, will allow the development of a company, therefore, We apply the research instruments with the aim of compiling the existing information and its form of application during our intervention, determining the existence of a close relationship between business logistics and competitive advantages in any consumer market.

We firmly believe that our investigative work will be an instrument that will contribute, in addition to setting a precedent, timely and systematically to understand that the generation of competitive advantages makes a company great.

Keywords: Generation of competitive advantages, logistics management.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación denominado “La administración de la logística en la generación de ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo – 2016”, se buscó conocer la relación que existe entre la administración de la logística en la generación de ventajas competitivas en la empresa de servicios múltiples ESERMUL, para así poder contribuir a mejorar la calidad de servicio de la logística.

El problema principal por la cual se opta desarrollar esta investigación es porque debemos de tener una adecuada administración de la logística en la generación de las ventajas competitivas.

La investigación además surgió a raíz de que actualmente muchos de las empresas no desarrollan las ventajas competitivas en el ámbito de la logística para de esta forma ser más competitivos

El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre la administración de la logística en la generación de las ventajas competitivas en la empresa de servicios múltiples ESERMUL, para la cual se aplicó los cuestionarios para recopilar la información y se determinó que existe una relación entre las dos variables que planteo en este presente trabajo.

La presente investigación se realizó a través de la técnica de encuesta, usando como instrumento a un cuestionario.

Por lo que concluimos que el presente trabajo contribuirá de manera oportuna y sistemática a la generación de ventajas competitivas

Los autores

ÍNDICE

DEDICATORIA

RECONOCIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2	Delimitación de la investigación.....	2
1.3	Formulación del problema	3
	1.4.1 Problema principal	3
	1.4.2 Problemas específicos.....	3
1.4	Formulación de objetivos	3
	1.4.1 Objetivo general.....	3
	1.4.2 Objetivos específicos.....	3
1.5	Justificación e importancia de la investigación.....	4
1.6	Limitaciones de la investigación	4

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1	Antecedentes de estudio.	5
2.2	Bases Teóricas–Científicas	9
2.3	Definición de términos básicos	33
2.4	Formulación de Hipótesis	34
	2.4.1. Hipótesis general.....	34
	2.4.2. Hipótesis espécificas	34
2.5	Identificación de variables	35

2.6	Definición operacional de variables e indicadores.....	35
-----	--	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación.....	36
3.2	Método de investigación.....	36
3.3	Diseño de Investigación.....	37
3.4	Población y muestra.....	37
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	39
3.7	Tratamiento Estadístico.....	39
3.8	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	40
3.9	Orientación ética.....	40

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Descripción del trabajo de campo.....	41
4.2	Presentación, análisis e interpretación de resultados obtenidos.....	41
4.3	Prueba de hipótesis.....	48
4.4	Discusión de resultados.....	62

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Identificación y determinación del problema

Es conocido el hecho de que muchas pequeñas y medianas empresas han perdido competitividad y atraviesan momentos muy difíciles que amenazan su permanencia en el mercado; otras, sin embargo, han podido adaptarse a los cambios producidos por la globalización y la apertura económica. Dentro de estas últimas, la logística empresarial ha cumplido un papel sumamente importante, que les ha permitido optimizar sus procesos internos, reducir costos y aumentar la calidad de sus servicios. A partir de estos cambios muchas empresas pequeñas o medianas se convirtieron en proveedoras exclusivas de grandes firmas, o en socios, ahora bien. ¿Qué es necesario para que una MYPE concrete alianzas con sus proveedores o clientes?

Dentro de las características generales de las MYPES a considerar son:

- Sólida estructura financiera;

- Capacidad para responder ágilmente a los pedidos de sus clientes, esto es, tener estructuras flexibles que les permitan producir una cierta variedad y cantidad de artículos en los tiempos solicitados;
- Costos bajos de producción;
- Sistemas de calidad asegurados y controles de calidad confiables;
- Aspectos logísticos controlados;
- Talentos humanos adecuados;
- Trayectoria e imagen;
- Otros aspectos particulares.

La posibilidad de formar alianzas con proveedores o clientes depende de la fuerza que cada empresa posea en el segmento de mercado en que se halla compitiendo

1.2 Delimitación de la investigación

Luego de haber presentado la problemática del estudio, a continuación, la investigación con fines metodológicos la vamos a delimitar en los siguientes aspectos:

a. Ámbito Espacial

El trabajo de investigación se realizará a nivel de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

b. Ámbito Temporal

El período en el cual se trabajará la presente investigación comprende los meses de mayo, junio, Julio del 2016

1.3 Formulación del problema

1.3.1. Problema principal

¿Contribuye la administración de la logística en la generación de Ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Contribuye la logística empresarial en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo?
- b) ¿Contribuye la Logística empresarial al crecimiento de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo?

1.4 Formulación de objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar y Evaluar la logística en la generación de Ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Determinar y Evaluar la logística empresarial en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo
- b) Determinar y Evaluar la logística empresarial al crecimiento de la Empresa servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo para la generación de Ventajas competitivas

1.5 Justificación de la investigación

La importancia de crecimiento de negocios virtuales y el nivel de exigencia del servicio al cliente, la logística en Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo, se encargara del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores, comenzando desde la compra de materia prima, almacenaje, distribución y transporte; esto nos permitirá bajar costos y disponer del material conveniente, en el lugar apropiado, en la cantidad necesaria y en el momento oportuno, al mínimo costo posible y asegurado la calidad y servicio que se deberá ofrecer a nuestros clientes.

1.6 Limitaciones de la investigación

Las limitaciones para la presente investigación son de orden económico por lo costoso que resulta todo trabajo de investigación y por la escasa bibliografía existente relacionada al tema que nos propusimos investigar en nuestro medio local.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio.

2.1.1 Antecedentes de la Investigación.

El antecedente de la Investigación de la logística empresarial se puede describir a lo largo de tres periodos antes de la década de los cincuenta, sesenta y desde 1970 hasta el presente. Este repaso de los hechos históricos no solo revela las bases de los métodos de trabajo actuales. Sino que también ayuda a establecer cuál será la evolución de estos métodos que en el futuro debe influir en los negocios en las MYPES del sector industrial.

Primera época: Los años de letargo. Antes de la llegada de la década del cincuenta, la logística era un campo "aletargado" dentro del área de la gestión empresarial. Aunque las actividades logísticas se consideraban importantes, en la práctica se convertían simplemente en un mal necesario: si una empresa quería seguir en el negocio debía llevarlas a cabo. Además, muy frecuentemente solo se consideraban como áreas que absorbían costos. Así, considerando que prevalecían los condicionantes económicos y tecnológicos, y viendo cual era el

estado de desarrollo de las teorías sobre dirección empresarial, es posible constatar que no se dio un ambiente favorable en el que se pudiera reconocer la importancia de la logística empresarial. A la vista de esta situación se comprende cual es el estado de desarrollo de dicho campo y porque Estados Unidos encabezó este desarrollo.

1950 — 1964 (Etapa de crecimiento), en esta etapa la logística se caracteriza entre otros factores por el surgimiento de la distribución física como vía para desarrollar una lógica que permitiera controlar y contener los costos asociados a las nuevas políticas de marketing, y la comprensión y utilización del concepto de costo total, el cual se convierte en un elemento fundamental para el desarrollo de la logística.

1965 — 1979 (Etapa de madurez). En esta etapa de madurez la logística se caracterizó por desarrollar y consolidar el papel de la distribución física; surge entonces la gestión de materiales, abarcando las actividades vinculadas al movimiento y almacenamiento, hasta y durante el proceso de producción y comienza a producirse una integración de las actividades comprendidas en la gestión de materiales y de la distribución física, ya que ambos se ocupan de proporcionar un determinado nivel de servicio al cliente con el menor costo y utilizan el enfoque de sistema como base de su principio de integración.

De los años 80 hasta el presente. Esta etapa se caracterizaba por una crisis económica e Incertidumbre en la economía, las que se reflejan en las actividades logísticas; creciente importancia de las operaciones a nivel multinacional, lo que influye en la forma de distribución de los productos y reconocimiento de la necesidad de gestionar la totalidad del proceso logístico.

Es a fines de la década del 90 en que surge la era de la logística integral, la cual puede interpretarse “como una forma de gestionar la empresa en un

entorno altamente competitivo en que los conceptos de oportunidad y rapidez en el suministro de los productos, el servicio, y la calidad total constituyen un complemento imprescindible a las clásicas variables de calidad del producto y precio competitivo que el mercado exige. La logística integral es, a largo plazo, el único camino para asegurar y mantener una competitividad continuada en el mercado”.

2.1.2. Antecedentes de la Logística.

Hemos podido evaluar los antecedentes de la logística, algunos autores, estudiosos, empresarios peruanos, lo mencionan como la administración de inventarios, otros piensan en ella como el transporte de bienes y otros dicen que logística se encarga del sistema de entrega de mercancías. Todos ellos están en lo correcto. Hoy en día hay muchas distintas definiciones de Logística dando vueltas; pero si es verdad que la logística se ha trasladado, del aspecto militar al aspecto empresarial, en el mundo de los negocios la columna vertebral es la logística.

La razón probable es que en muchas ocasiones es utilizada como un término genérico, cubriendo muchos diferentes componentes de las operaciones e influenciando todos los aspectos del negocio. En general, logística integrada es un sistema muy amplio de administración de toda la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta la distribución de los bienes elaborados al consumidor.

Se encarga de optimizar fletes, asegurarse de que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga. Manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

En los países en vías de desarrollo, como el Perú siempre andamos atrasados de noticias. Recién ahora algunas MYPES del Perú y de América Latina están descubriendo la importancia que tiene la logística. No solo como

una estrategia competitiva, reducir costos y lo más importante, para dar un excelente servicio al cliente, todo ello a costos razonables.

Los temas o conceptos relativos a la función logística suponen un recorrido a lo largo de toda la cadena logística (nivel de servicio, ciclo de pedidos, distribución, almacenamiento, fabricación, aprovisionamiento, compras, etc.). Esto para formular en cada una de las tres áreas de la cadena logística las oportunidades existentes. Por otro lado, desarrollar la estructura logística estratégica necesaria para conseguir los objetivos finales de incremento de la satisfacción de los clientes, servicios de apoyo y post venta al cliente, reducir el plazo que transcurre entre la realización del pedido y la entrega de los bienes y productos, reducir los costos totales, incrementar la calidad del proceso de entrega, llegar a acuerdos estratégicos con los clientes, transportistas, operadores logísticos y suministradores utilizando las tecnologías de información y mejorar, con todo ello, la posición competitiva de la empresa.

La meta de la logística es examinar cada decisión en la cadena de abastecimiento, por el impacto en el sistema total y no solamente en sus componentes. Este objetivo requiere que se administre cada una de las funciones que componen la cadena de abastecimiento como una unidad, en lugar de hacerlo cada una por separado.

La evolución y desarrollo tecnológico que han experimentado las empresas industriales y comerciales durante los últimos cincuenta años, después de finalizada la Segunda Guerra Mundial, han traído como consecuencia que las organizaciones empresariales, al margen del tamaño de las mismas, efectúen cambios en sus estructuras organizacionales, en sus modelos de operación, en sus cuadros directivos y sobre todo en sus esquemas de pensamiento y estilos de dirección gerencial; para lograr con ello la

adaptabilidad de la empresa a un mundo cambiante, presionado por factores externos (oportunidades y amenazas) e internos (fortalezas y debilidades) a ella misma, que directa e indirectamente le están modificando y limitando constantemente sus posibilidades de desarrollo. Ello nos obliga visualizar a la organización en forma holística.

La logística empresarial viene a constituir hoy en día un factor decisivo en el manejo gerencial para lograr la ansiada meta de la eficiencia y calidad total en las operaciones comerciales.

Es pues como lo manifestara Peter Drucker: “La Logística es la última frontera en el camino hacia la eficiencia general en las organizaciones comerciales”.

La logística nace como una respuesta real a la necesidad de llenar el vacío existente en la estructura organizacional empresarial. Sin embargo, en un tiempo relativamente corto, desde su concepción hasta nuestros días, esta actividad ha logrado desarrollar sus propias normas, procedimientos y sobre todo una corriente de pensamiento que constituyen en su conjunto la “Teoría Logística”

2.2 Bases Teóricas–Científicas

2.2.1 Modelo de Logística Empresarial en las Servís.

La nueva tendencia que se está imponiendo en el mundo en materia de operaciones y logística implica un cambio en la concepción de las operaciones por parte de las MYPES el cual se centra en la administración eficiente de la cadena de suministros. (August Casanovas, “Logística Integral”)

La gestión logística está adquiriendo cada día más importancia en las organizaciones, incluye funciones tales como la planificación, organización,

control y ejecución de los materiales desde el inicio de la actividad hasta su entrega, a la vez que se busca la máxima satisfacción del cliente al menor costo posible. El modelo involucra el trabajo en equipo de todos los trabajadores que participan en la cadena de valor, compartiendo información en tiempo real, y fortaleciendo las relaciones con distribuidores y proveedores.

El objetivo principal de la mayoría de las empresas, es satisfacer la demanda real del público consumidor y al mismo tiempo minimizar los tiempos de entrega, la cantidad de mercancías almacenadas y los costos. Las demandas del mercado dictan el funcionamiento de las empresas, incluida la logística. La producción se basa ahora en demandas reales que permiten conocer, por anticipado, quién será el consumidor final del producto que se está empezando a fabricar. Se ha pasado de economías de escala a una producción más limitada, que busca reducir las existencias en los almacenes y los costos necesarios para mantenerlos.

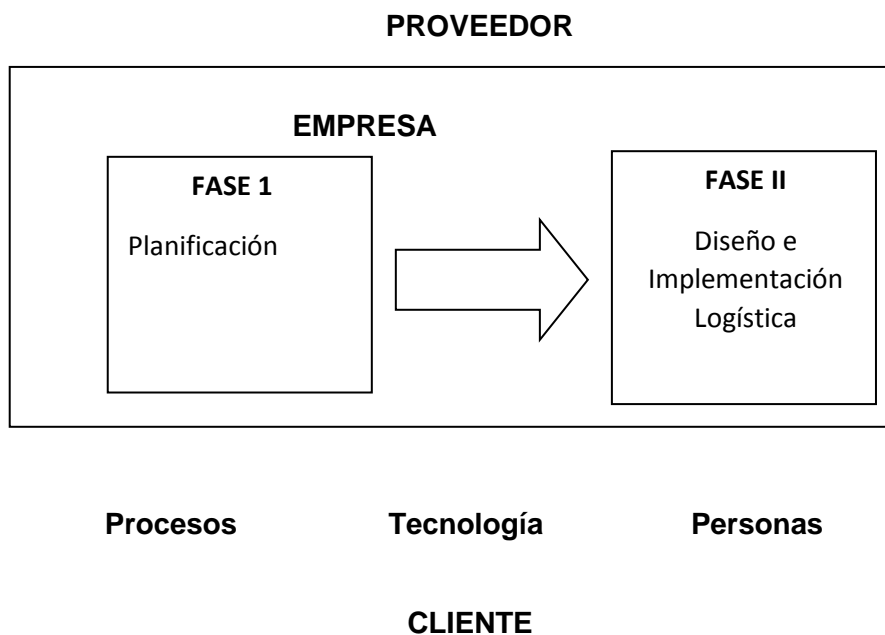
Un factor que tiene mucho que ver en la gestión de la logística empresarial es la generalización de las tecnologías de la información y comunicaciones, que permiten gestionar los pedidos de los clientes mucho más dispersos, así como unos recursos también disgregados geográficamente.

Internet es una herramienta necesaria para una gestión logística, más a la hora de optimizar el servicio y sincronizar las cadenas de suministros de los agentes proveedores y minoristas.

Al mismo tiempo, gracias a la información recogida, las empresas pueden crear nuevos productos y servicios más acordes con los deseos y necesidades del cliente, de forma que aumenta su satisfacción y se asegura una compra futura.

La empresa, los proveedores y el cliente tienen una relación más cercana, y todos salen beneficiados, especialmente los consumidores finales, cuyas demandas son satisfechas mejor y más rápidamente.

En el futuro, la gestión eficaz de la logística no será ya una opción, sino una obligación para toda empresa que quiera sobrevivir en el mercado competitivo y cambiante.



2.2.1.1. El Rol del Administrador Logístico en la Gestión de Servicios.

El rol del administrador logístico gira en el entorno de la creación de valor; tanto para los accionistas como para los clientes y proveedores. Este valor se expresa fundamentalmente en términos de costos, tiempo y lugar. La gestión de servicios y los productos no tienen valor a menos que estén en posesión de los clientes cuándo (tiempo) y dónde (lugar) ellos deseen consumirlos a un precio adecuado (costo). (Serra Daniel, "Logística empresarial en el Nuevo Milenio")

Una buena dirección del administrador logístico visualiza como una contribución al momento de añadir valor al proceso, de añadir valor y ésta se logra cuando los clientes prefieren pagar más por un producto o un servicio que lo que cuesta ponerlo en sus manos; esto se debe a la importancia de la logística al momento de añadir valor. Por ello es importante colocar en la empresa a las personas responsables de las actividades logísticas, de manera que se promueva la eficiencia en el abastecimiento y distribución de los bienes y servicios mediante el estímulo de la compensación de costos. Así mismo debe lograrse el arreglo de la organización de manera formal o informal.

2.2.1.2. Estrategias de la logística.

La creación de la estrategia se inicia con clara expresión de los objetivos, los cuales deben centrarse en la reducción de costos, reducción de capital y mejora del servicio:

La reducción de costos es una estrategia dirigida para lograr minimizar los costos variables asociados con el desplazamiento y el almacenamiento. La mejor estrategia es formulada al evaluar las líneas de acción alternativas, como la selección entre las diferentes ubicaciones del almacén o la selección entre modos de transporte alternativos.

La reducción de capital se orienta a la minimización del nivel de inversión en el sistema logístico. Es decir, rebusca la maximización del rendimiento sobre los activos logísticos. El envío directo a los clientes para evitar almacenamiento, a selección de un enfoque de abastecimiento de just in time en lugar de un almacenamiento para inventario, E procurement, o la utilización de proveedores externos de servicios logísticos.

Las estrategias de mejora de servicio por lo general determinan que los ingresos dependen del nivel proporcionado por el servicio logístico. Aunque los costos incrementan ante un mayor nivel de servicio logístico, los mayores ingresos compensan estos costos. Para que sea efectiva la estrategia de servicio debe compararse con la competencia y ser mejor que ella.

Mientras que en el pasado la distribución física (logística) fue considerada como la última frontera de la economía de costos, ahora es la nueva frontera de la generación de la demanda

El servicio al cliente necesariamente es una parte de la oferta total de servicio de la empresa. Si se utiliza de forma efectiva, es una variable fundamental que puede tener un impacto importante sobre la creación de la demanda y para mantener la lealtad del cliente.

El servicio al cliente se refiere específicamente a la cadena de actividades orientadas a la satisfacción de las ventas, que en general se inicia con el ingreso del pedido y finaliza con la entrega del producto a los clientes, continuando en algunos casos como servicio de postventa o mantenimiento de equipo, u otros como soporte técnico.

Una definición moderna considera el servicio al cliente como un proceso de satisfacción total que puede ser descrito así:

Un proceso integral de cumplir con el pedido de un cliente. Este proceso incluye la recepción del pedido (ya sea manual o electrónico), administración del pago, recolección y empaqueo de los productos, envío del paquete, entrega del mismo, y proporcionar el servicio al cliente para el usuario final, así como el manejo de la posible devolución de los

productos. ¡Desde una perspectiva corporativa, el servicio al cliente se considera como un ingrediente esencial dentro la estrategia del marketing y descrito en términos de una mezcla de actividades centrado en: el producto, el precio, la promoción y la plaza.

2.2.1.3. Elementos del servicio al cliente

Un estudio detallado del servicio al cliente, patrocinado por National Council of Physical Distribution Management, identificó los elementos del servicio al cliente de acuerdo con el momento en que ocurre la transacción entre proveedor y cliente. Estos elementos se agrupan en tres categorías:

Pretransacción, transacción y postransacción.

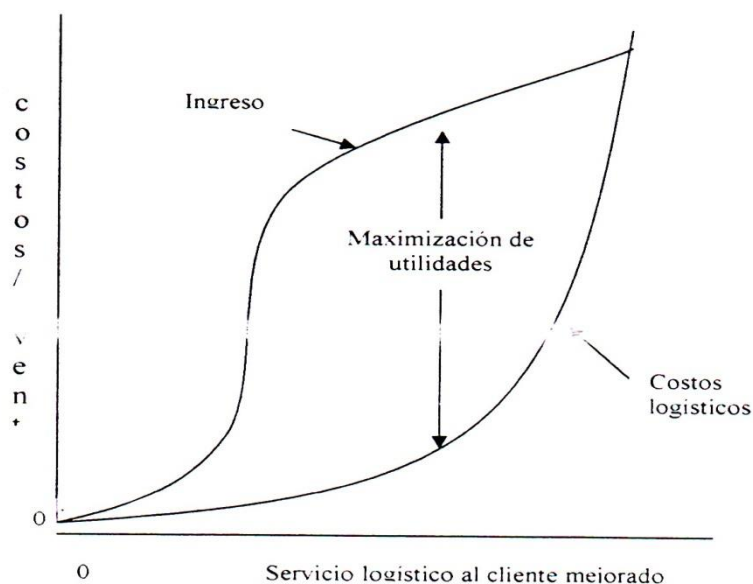
Los elementos de la pretransacción establecen un ambiente adecuado para un buen servicio al cliente, que incluye una declaración escrita de la política del servicio al cliente, así como los plazos en que serán entregados los bienes una vez que se aprueba el pedido, el manejo de devoluciones y los reclamos y métodos de envío; es decir, el cliente deberá conocer con anticipación el tipo de servicios que habrá de esperar.

Los elementos de la transacción están relacionados directamente con la entrega establecimiento de los niveles de inventario, las formas de transportación e información sobre el proceso de los pedidos.

Los elementos de la postransacción representan al conjunto de servicios necesarios para el mantenimiento del producto: proteger al cliente de productos defectuosos, el manejo de reclamos, quejas y devoluciones.

Estos servicios se presentan después de la venta de los productos, pero deben planearse en las etapas de pretransacción y transacción.

En la medida que los niveles de actividad se incrementan para cumplir con los mayores niveles del servicio al cliente, los costos se incrementan a un ritmo creciente. La curva de contribución de utilidades se obtiene de la diferencia entre el ingreso y los costos en distintos niveles de servicio. Existe un punto sobre la curva de contribución de donde ésta se maximiza; ese nivel de servicio ideal es el que debe perseguirse en la planeación del sistema logístico.



2.2.1.4. La Logística Empresarial y la Excelencia Operativa en las MYPES

a. Las eficiencias de costos

Las MYPES han percibido la necesidad de una transformación importante en los criterios de costos que, para el control de su gestión, lo cual ha puesto de manifiesto la necesidad de mantener un control riguroso sobre el comportamiento en términos de costos de los diferentes

productos o servicios que componen la llamada cadena logística de distribución. Esto nos permite deducir que los esfuerzos y criterios logísticos de gestión deben estar diferenciados en función del costo y rentabilidad de los diferentes productos o servicios de la empresa. (Serra Daniel, "Logística empresarial en el Nuevo Milenio")

Enfoque ABC (Activities Based Costing)

Los costos basados en actividades, pretenden asignar a los diferentes productos el costo asociado a las diferentes actividades que se generan dentro de la cadena logística que lo soporta; con lo cual se obtiene como resultado final una catalogación de gastos agrupados según las diferentes operaciones desde el momento inicial del aprovisionamiento hasta la distribución del producto.

Mediante la clasificación ABC podemos agrupar diversas actividades para su posterior evaluación:

- Aprovisionamiento
- Producción
- Almacenamiento
- Transporte
- Otros.

El enfoque DPP (Directa Product Profitability)

La rentabilidad directa del producto constituye un análisis de costos que permite detectar la rentabilidad de cada uno de los productos o servicios más importante para la empresa, cuyo objetivo es mejorar la gestión logística de los mismos, cambiando por ejemplos sistemas de embalaje,

transporte, soporte tecnológico, almacenamiento, etc., para poder tomar las decisiones estratégicas y tácticas en el mercado al cual nos dirigimos.

b. Control de costos en el Almacén

En el almacenamiento se debe hacer una clara distinción entre los costos relativos a la posesión física de los productos (control de existencias), y los costos que se generan como consecuencia del funcionamiento del almacén que son inherentes a sus procesos de entrada y salida.

El costo de posesión está ligado a la teoría de decisión y se utiliza principalmente en la gestión de stock. Para calcular, el nivel de stock, lote económico de compras etc. En este aspecto es importante determinar el costo de oportunidad (intereses de capital, riesgo de obsolescencia, seguros, etc.).

Los costos de los procesos operativos están normalmente ligados solo con los gastos directos e indirectos generados por el almacén con relación a su actividad productiva.

El objetivo es reducir los costos mediante un proceso continuo de mejora en la gestión.

2.2.1.5. Modelos y Patrones de compra.

Según los autores Feldman y Cardozo existen tres tipos de modelos de comportamiento de compra:

- a. El modelo clásico o simplificado:** Conforme a este modelo, el trabajo del encargado de compras se reduce a recibir requisiciones

o solicitudes de compra de parte de la administración y catálogos de parte de los proveedores. Su función única consiste en comprar lo que se le especifica al precio por unidad más bajo. Los supuestos sobre los cuales descansa este modelo se asemejan mucho a los motivos de compra dentro de la economía clásica. Cuando prevalecen situaciones de competencia perfecta. Se parte del supuesto de que el comprador se halla informado de manera racional adecuada, sino es que completa, respecto de las alternativas disponibles.

- b. El Modelo Neoclásico:** La concepción moderna y típica del comportamiento de compras dentro de las industrias podrá considerarse una versión modificada o una extensión del modelo clásico.

Las solicitudes de compra que recibe el agente de compras no solo son requisiciones de rutina, sino que además incluyen requisiciones complejas que exigen y le permiten utilizar una gran dirección o criterio. Dentro de los modelos de compras neoclásica, el encargado de compras llega a hacer análisis de costo - beneficio, además de constatar que las compras de rutina también se están realizando. Su objetivo es el de minimizar los costos totales para la empresa, puesto que el paro de una línea de producción autoanalizada puede representar un elevado costo, el agente de compras podrá seleccionar a un proveedor principalmente por su habilidad para surtir los pedidos sin retraso, más que por razón de ofrecer los precios unitarios más bajos.

El modelo neoclásico amplió el aspecto racional del modelo simplificado o clásico.

- c. El modelo de Consumidor o Capitalista:** El modelo de consumidor define al comprador como un agente más que un agente de compras. Su función consiste en la resolución de problemas y no simplemente el llevar a cabo compras. Para realizar dicha función, los gerentes de compras utilizan una gran variedad de estrategia cuya finalidad es resolver problemas específicos dentro de ciertos límites aceptables de riesgo de asignación de recursos. Dado que esta actividad de resolución de problemas se lleva a cabo dentro de un contexto social, requiere que la persona posea habilidades analíticas y destrezas en cuanto a relaciones interpersonales.

2.2.1.6. Características del Modelo de Comportamiento de Compra.

a. Modelo Clásico o Simplificado:

- La función de compras es reducida.
- No tiene contacto directo con los proveedores y usuarios.
- El comprador tiene información racional sobre el mercado.
- En este modelo el objetivo fundamental de la función de compras es adquirir al precio más bajo.

b. Modelo Neoclásico:

- Es un proceso más complejo.
- El objetivo fundamental es minimizar los costos.
- Mantener contacto directo con los proveedores.

- Aplicar el criterio de subjetividad

c. Modelo de Consumidor o Capitalista:

- Su función fundamental es resolver problemas inherentes a la organización.
- Define al comprador como un agente.
- Toma en cuenta una serie de factores y se decide dentro de una variedad de estrategias.

2.2.1.7. Fuentes que Originan una Necesidad en una empresa:

Entender las necesidades de las organizaciones, grandes o pequeñas, lucrativas o no lucrativas, gubernamentales o comerciales, requiere mucha de las mismas habilidades y conceptos utilizados para atender las necesidades del consumidor individual o familiar. Al mismo tiempo que son más grandes y a menudo más complejas, las organizaciones - al igual que los consumidores - desarrollan preferencias, actitudes y comportamientos a través de las percepciones, el procesamiento de la información y la experiencia.

Existen diversos factores que ayudan moldear el estilo de organización toman decisiones sobre sus problemas de compra y originan las necesidades de la empresa, estos son cuatro:

- Factores Ambientales.
- Factores Organizacionales.
- Factores Interpersonales.

- Factores Individuales.

Factores Ambientales: los seis factores ambientales que repercuten en el comportamiento del comprador organizacional.

2.2.1.8. La Función Necesidad en la empresa.

El modelo de compras de una organización contiene una lista de ocho etapas, para poder tomar una decisión, la empresa pasa por cada una de ellas, en el caso de que la adquisición del producto o servicio sea por primera vez. Cuando la situación de compras es bastante rutinaria se pueden omitir algunas de las etapas, las cuales son:

- Reconocer el problema.
- Describir la necesidad.

2.2.1.9. La Función Necesidad en el Consumidor.

Al efectuar las compras los consumidores llevan a cabo un proceso de decisión el cual pasa por una serie de etapas lógicas antes de tomar una decisión. (Soret Ignacio, "logística y marketing para la distribución general")

El proceso de decisión de compras del consumidor consta de seis (6) pasos:

- Reconocimiento de una necesidad.
- Elección de un nivel de participación.
- Identificación de alternativas.
- Evaluación de alternativas.

- Decisión.
- Comportamiento después de la compra.

2.2.1.10. Principios para la gestión de la cadena de suministros.

Andersen Consulting ha propuesto una lista de 7 principios para la gestión de la cadena de suministros, basados en la experiencia de las iniciativas de mejora de la cadena de suministros en más de 100 empresas industriales, distribuidoras y detallistas.

La implementación de estos principios permite balancear las necesidades de un excelente servicio a clientes con los requerimientos de rentabilidad y crecimiento. Al determinar qué es lo que los clientes demandan y cómo se coordinan los esfuerzos en toda la cadena de suministros para satisfacer esta demanda más rápida, más barata y mejor.

2.2.1.11. Modelo para realizar una revisión a la Cadena de Suministros.

Cree una lista de todas las empresas con las que usted hace negocios e identifique aquellas que son más críticas para su propio futuro. Éstas se han de atender primero. Tal vez no sean las más grandes, pero serán aquellas de las que usted dependerá más a fin de operar, o aquellas que usted no podrá reemplazar con facilidad.

Establezca un archivo para el estado de cada uno de sus contactos inmediatos en la cadena de suministros. Esto se puede hacer en una base de datos sencilla, o en un archivo manual. Comparta la información con ellos. Utilice el archivo para medir el progreso de ellos contra el suyo

propio. Recuerde que todo el mundo tiene el mismo objetivo de la continuidad de los negocios. Por lo tanto, la colaboración es más provechosa que la confrontación o el litigio.

2.2.1.12. Problemas y Soluciones para la Adecuada Gestión Logística y de Almacenes.

En el entorno actual, cada vez más competitivo y con menores márgenes, las organizaciones buscan continuamente oportunidades de mejoras que las hagan más competitivas. En ese sentido, cada vez son más conscientes de la importancia de la gestión de abastecimiento (y a gestión logística en general) como parte esencial a la hora de aportar más valor a sus clientes y reducir sus costos. (Sainz Jose “La distribución comercial: opciones estratégicas”)

a. Caso De Gestión Logística

El presente caso se desarrolló en una empresa industrial que tiene el firme deseo de alinear su gestión logística y de a hacia una filosofía just in time / lean manufacturing.

Aunque de menor importancia, también existían unos costes excesivos de los procesos relacionados con la gestión de compras producción y almacenes debido a las ineficiencias a continuación describiremos.

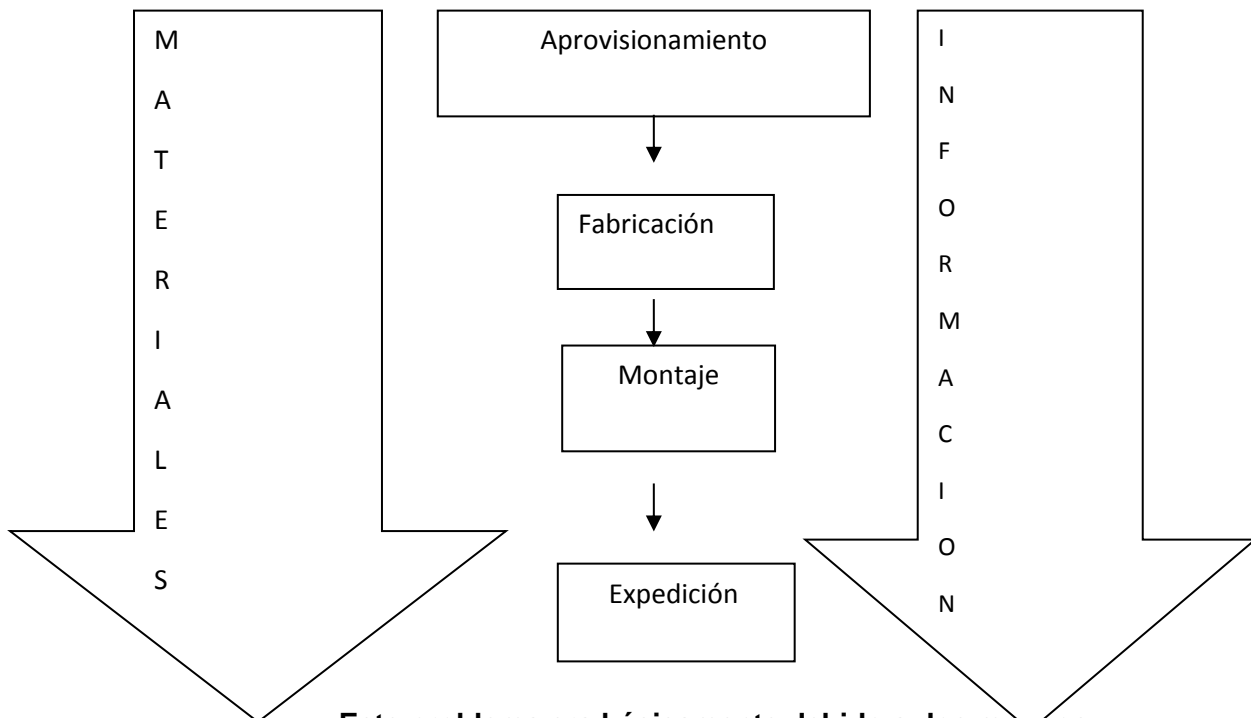
Por ello, desde la Gerencia de la empresa se decidió lanzar un proyecto para que tras un análisis general de la empresa tanto de nivel estratégico como operativo fueran analizados, planteen y formulen las soluciones logísticas adecuadas para alcanzar nuevas ventajas competitivas alineadas con la estrategia.

Las MYPEs deben capacitarse y buscar asesoría con personas claves en el Área logística de la empresa que, tras realizar un diagnóstico, identifiquen cuatro grandes áreas de mejora:

1. Procesos inadecuados y gestión de la información en el área logística.
2. problemas en la gestión de aprovisionamientos
3. Disposición física del almacén
4. Disponibilidad y fiabilidad de la información debido a la introducción manual de datos.

2.2.1.13. Procesos inadecuados y gestión de la información en el área logística.

La carencia de una visión global de los procesos logísticos por parte de la empresa estaba generando ineficiencias en todo el proceso, ya que tanto la información como los materiales no fluían correctamente.



1. Procesos diseñados de manera que no existe un flujo de información entre las distintas áreas. Los procesos se habían definido por cada uno de las áreas habiendo diseñado procesos estancados que generan ineficiencias cuando el proceso cruza varias secciones. Por ejemplo, en el análisis se encontraron documentos que eran validados hasta en tres ocasiones por varios departamentos ya que unos no eran conscientes que los otros lo hacían o planificaciones de necesidades de materiales que generaba producción y que la compra no empleaba por desconocer su existencia.
2. Existían claras ineficiencias debido al modelo de conocimiento e información empleado por el software de gestión (ERP) recientemente implantando en la empresa y que no cubre las necesidades de información de la compañía provocando unos procesos excesivamente manuales y duplicidades de tareas entre departamentos. Así, había mucha información que no se podía consultar en tiempo real y, por ejemplo, para conocer el nivel de stock de determinados productos se tenía que ir al almacén e inspeccionarlos de manera visual.

2.2.1.14. Problemas en la gestión de aprovisionamientos

En este sentido y asociado con el concepto de procesos, especialmente grave era el problema en las áreas de compras / aprovisionamientos.

Debido a la falta de conocimiento e información y de procedimientos en la organización, el área de compras no podía tomar decisiones basadas en la información sino en las sensaciones, lo que llevaba a una situación caótica con almacenes sobredimensionados y al mismo tiempo con

continuas roturas de stock. (Soret Ignacio, “logística y marketing para la distribución general”)

Todas las debilidades anteriormente comentadas provocaban la imposibilidad de realizar los análisis sobre la rotación de productos tanto para comprar las cantidades correctas como para su disposición física en el almacén.

a. Disposición física de almacenes

Los almacenes tenían un lay-out típico de almacenes pequeños que al ir creciendo y al no haberlos replanteado nunca, muestran algunas ineficiencias muy habituales:

- Incorrecta distribución en planta (lay out) que provocaba ineficiencias en el manejo de los materiales (materia prima) de almacén.
- Plantilla sobredimensionada debido a las ineficiencias provocadas por el lay-out, manejo de materiales y la falta de procedimientos.
- Inadecuado tipo de almacenaje para algunos productos, como es el caso de los que se encontraban confinados en cajas de cartón (y más aun teniendo en cuenta que el almacén estaba a la intemperie).
- El sistema de almacenaje por el que se había optado (productos apilados sin estanterías), no permitía tener un almacén con una filosofía FIFO (First In First Out), provocando una rotación inadecuada de los productos y por tanto que hubiera artículos sin rotación durante largos periodos del almacén, aumentando considerablemente a presencia de artículos obsoletos y de mermas.

La introducción manual de los datos, tanto para el caso del almacén de materias primas como para el producto acabado, tenía dos consecuencias:

1. La posibilidad de errores por la introducción manual de los datos.
2. El desconocimiento en tiempo real de las existencias en los dos almacenes.

Este último punto era especialmente grave si se tenía en cuenta que la empresa produce durante los fines de semana. y que el alta manual de los productos en el almacén de producto acabado implicaba el descuento de sus componentes en el almacén de materias primas, lo cual hacía que existiera un desfase máximo de 2,5 días entre el consumo de los artículos y su introducción en el sistema.

La falta de fiabilidad en el sistema afectaba gravemente tanto a compras, que la solventaba aumentando los niveles de stock, como a expediciones, dificultando la optimización de las mismas.

2.2.2 La Ventaja Competitiva.

La nueva economía mundial, la abundancia de los recursos naturales y/o los salarios bajos ya no constituyen una cabal ventaja competitiva. Pueden ser un buen punto de partida y, a la vez, una peligrosa trampa ya que, en forma paradójica, los países con mayores carencias de recursos naturales son los que mayor competitividad han alcanzado. Por ejemplo, Japón o Corea, que carecen casi por completo de recursos naturales, son potencias industriales; Suiza, que no cuenta en su territorio con cultivos de cacao, es líder mundial en la fabricación de chocolates. (Tejero Julio, "Logística Integral")

En la actualidad son los cambios tecnológicos los que determinan las ventajas al constituir los medios por los cuales se superan las limitaciones que pueden derivar de la falta de recursos.

Esto es así gracias a lo espectacular de los avances de la microelectrónica, la biotecnología y la ciencia de los materiales: la biotecnología vence las condiciones adversas impuestas por el clima y el tiempo, la mutación genética crea nuevas variedades en la agricultura y en la ganadería, y el petróleo y los minerales sintéticos son una realidad. En esa línea, por ejemplo, la clonación constituye una amenaza para la cría de caballos de paso y para algunas especies naturales; y el turismo virtual ya sustituye a atractivos naturales y al patrimonio arqueológico.

Los salarios tampoco determinan la competitividad. Así, el costo de la mano de obra en el sector manufacturero es de US\$ 19,5 por hora en Suecia, US\$ 17 en Alemania, US\$ 10 en EEUU., US\$ 5 en Corea del Sur; mientras en América Latina y el Perú es alrededor de US\$ 3,8 por día, y en el otro están los países africanos en lo que el costo de mano de obra no llega a US\$ 1 dólar por día. Estas cifras ponen de manifiesto que la mano de obra ya no es más una ventaja pues la competitividad no depende de su costo sino de su productividad.

De allí que lo decisivo sea invertir en capital humano. En la nueva economía, la economía del conocimiento, ya no se habla de manufactura sino de “mentefactura”, para destacar la gran importancia del capital humano. En el mundo de hoy, la mano de obra y la materia prima baratas han perdido la importancia que tenían en las décadas pasadas para la economía mundial; el viejo modelo basado exclusivamente en la explotación de los recursos naturales ya no es válido.

Michael Porter, profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, señala: “la competitividad de una nación o de una industria depende de la capacidad para innovar y mejorar permanentemente” (1990,70) en efecto, las empresas exitosas obtienen ventajas competitivas mediante la incorporación de nuevas tecnologías o introduciendo prácticas novedosas en los negocios (diseño de productos, procesos de producción, atención al comprador, entrenamiento del personal, etc.) y, de esta manera, aprovechan y explotan las oportunidades que brinda el mercado.

Peter Druker (1993,8) también refiere que las actividades clave en la creación de riqueza o de valor están basadas en la productividad y en la innovación, ambas como resultado de la aplicación del conocimiento al trabajo. Esto significa que los recursos naturales dejan de tener importancia, sino que deben ser considerados, en su justa dimensión, como punto de partida para la generación de riqueza.

Para competir con éxito en el mercado mundial se tiene que abandonar el paradigma de las ventajas comparativas –basadas principalmente en los recursos naturales– y, adoptar el de las ventajas competitivas, y éstas no se heredan, deben ser creadas. (*) Junín Competitivo: Valle del

Mantaro; Centrum, 2005, Alejandro Indacochea, pag. 67,68.

2.2.2.1. El Modelo de Porter: Ventajas Competitivas.

Profesor de la Escuela de Negocios de Harvard señala: “La competitividad de una nación, o de una industria depende de la capacidad de innovar y mejorar permanentemente”.

En efecto las empresas exitosas obtienen ventajas competitivas mediante la incorporación de nuevas tecnologías o introduciendo

prácticas novedosas en los negocios (diseño de productos, procesos de producción, atención al comprador, entrenamiento del personal, etc.) y de esta manera, aprovechan y explotan las oportunidades que brinda el mercado.

De acuerdo con Porter, el que una nación cuente con sectores capaces de competir con éxito en el mercado internacional depende en gran medida del contexto que rodea a las empresas que conforman cada sector, pues estas no son entes aislados.

Este entorno nacional está determinado por la interacción de cuatro grupos de atributos:

1. Las condiciones de los factores.
2. Las condiciones de la demanda.
3. Los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo.
4. Las estrategias, estructura y rivalidad de las empresas.
5. El entorno se complementa con dos elementos más: La casualidad.
6. El papel del Estado.

Asimismo, Porter determina las condiciones de los factores:

- i) Básicos (recursos naturales, el clima, la situación geográfica y la mano de obra no especializada o semi especializada).
- ii) Avanzado (infraestructura, los recursos humanos altamente especializados y el soporte en ciencia y tecnología).

Condiciones de la demanda: se entiende a la composición, el tamaño, ritmo de crecimiento y grado de refinamiento del mercado interno, lo que,

al estimular la mejora y la innovación, se convierte en un determinante de la competitividad.

Otros factores como un mercado interno segmentado, de compradores exigentes y de necesidades precursoras puede presionar a las empresas hacia un constante perfeccionamiento.

Proveedores de industrias relacionadas y de apoyo (CLUSTER): La competitividad de un sector se sustenta en la disponibilidad de proveedores o industrias conexas que, a su vez, sean por si mismos competitivos. Las industrias relacionadas comprenden a todas aquellas que comparten tecnologías comunes, insumos y productos complementarios; es decir, las industrias conexas son aquellas con las que las empresas pueden compartir o coordinar actividades de su cadena de valor: desarrollo de tecnología, fabricación, distribución, comercialización o servicio del producto

2.2.2.2. Diamante Competitivo de Portero.

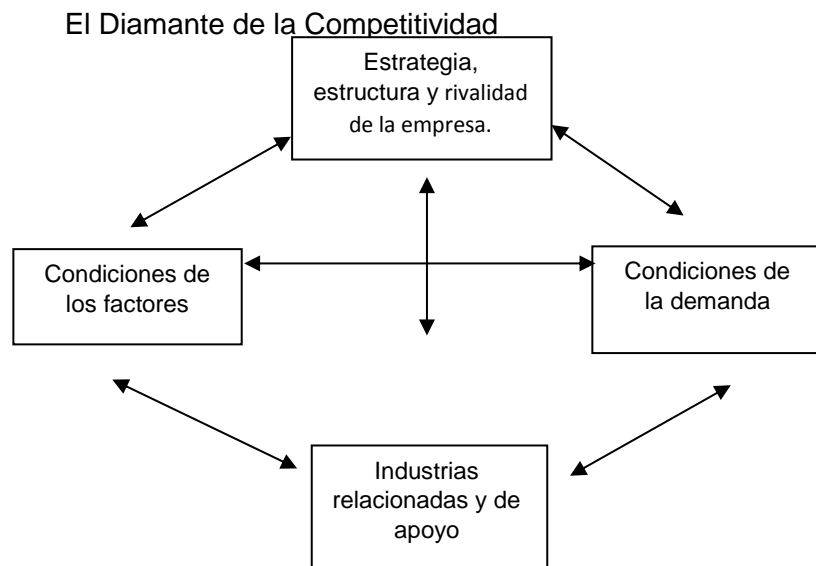
La base de competitividad o la capacidad para competir no deriva de los cuatro atributos, ni siquiera del conjunto de atributos considerados como un todo, sino de su interrelación, de su mutuo reforzamiento.

Esto significa que el efecto de cada uno de ellos pueda causar depende del estado de los otros, que la ventaja de uno puede crear o perfeccionar ventajas en otros, y que las desventajas de uno pueden acarrear desventajas en los otros. A este concepto de total dinamismo Porter lo denominó “diamante de competitividad”.

Los sectores exitosos en la economía internacional son aquellos a los que el diamante de la competitividad les es favorable. Sin embargo, esta

afirmación no implica que todas las empresas del sector sean exitosas; más aún, cuanto más competitivo sea el entorno, más probable será que algunas de estas se queden en el camino ya que no todas tienen iguales habilidades ni explotan de manera similar el entorno.

GRÁFICO N° 1



Para una mejor comprensión del diamante de la competitividad se ha desarrollado la siguiente simbología:

- +++ Mejor calificación o calidad superior
- ++ Calificación alta o alta calidad
- + Por encima de la calificación media o regular
- + - Calificación media o regular
- Calificación por debajo de la media
- - Calificación negativa o baja calidad

- - - Calificación totalmente negativa o muy adversa

2.3 Definición de términos básicos

2.3.1 La MYPE

Tanto la micro como la pequeña empresa son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley – Artículo 2ª).

Las características de las MYPE, se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

DETALLE	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Número de trabajadores	De uno (1) hasta Diez (10)	De uno (1) hasta cincuenta (50)
Nivel de ventas anuales	Hasta el monto máximo de 150 UIT	De 150 UIT hasta el monto máximo de 850 UIT

2.3.2 Microempresas.

Las microempresas dejan de tener la condición de tal, cuando por el periodo de un año exceden el importe máximo de las ventas brutas anuales a las que se refiere el artículo 3º de la Ley, o cuando el promedio anual de trabajadores contratados por la empresa durante dos años consecutivos es un número superior a diez (10) trabajadores. (Reglamento – Artículo 4º).

2.3.3 Pequeñas Empresas.

Tratándose de la pequeña empresa, estas dejan de tener la condición de tal cuando por un periodo de dos años consecutivos, exceden el importe máximo

de las ventas brutas a las que se refiere el artículo 3º de la Ley, o cuando el promedio anual de trabajadores contratados por la empresa, durante dos años consecutivos, es un número superior a cincuenta (50) trabajadores (Artículo 4º).

2.3.4 Logística.

Es el proceso de planificar, implementar y controlar eficientemente el flujo de materias primas, productos en curso, productos terminados y la información relacionada con ellos, desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente.

2.3.5 Logística Empresarial.

La logística empresarial comprende la planificación la organización y el almacenamiento de materiales y productos desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado.

2.4 Formulación de Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Hi La logística si genera Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

2.4.2 Hipótesis específicas

H1 La logística empresarial es adecuada en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

H2 La Logística empresarial si permite el crecimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

2.5 Identificación de variables

2.5.1 Variable Independiente.

X =LOGÍSTICA EMPRESARIAL

2.5.2 Variable dependiente.

Y =VENTAJAS COMPETITIVAS

2.6 Definición operacional de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA
VARIABLE INDEPENDIENTE (X) Logística	Actividad que tiene que ver con la administración de los suministros	INDICADORES <ul style="list-style-type: none">• Registro de Materiales• Control de Insumos.• Verificación de Bienes
VARIABLE DEPENDIENTE (Y) Ventaja Competitiva	Cualidades de la empresa	<ul style="list-style-type: none">• Confianza• Prestaciones• Cooperación• Nivel afectivo

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

3.1.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación es aplicada y tecnológica, porque se va a obtener los puntos de vista de los empresarios de implementar un modelo de logística empresarial ágil y dinámica, partiendo del conocimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL san juan de Milpo.

3.1.2. Nivel de investigación.

El Tipo corresponde a una investigación Descriptiva Explicativa.

3.2 Método de investigación

En la presente investigación se utilizó el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros que conforme se desarrolle el trabajo se dieran indistintamente en dicho trabajo.

3.3 Diseño de Investigación

La investigación a realizada tiene tres etapas; la primera, orientada a obtener información relativa a sus puntos de vista sobre la logística; La segunda es el tipo comparativo entre las características de esta actividad y los puntos de vista expresados; y la tercera, es prospectiva o de propuesta de una alternativa de mejoramiento.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Universo del Estudio

El desarrollo de la presente investigación se realizará en la empresa la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

3.4.2 Universo Social.

Estarán conformados por los funcionarios.

3.4.3 Unidad de Análisis.

La Unidad de análisis estará conformada por 38 administradores o trabajadores de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo

3.4.4 Población

Son los 38 trabajadores

3.4.5 Muestra de la Investigación

La muestra que conforma la investigación será de cada gerente o administrador de las contratas mineras de la empresa la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo. En la determinación del tamaño óptimo de la

muestra se utilizará la fórmula del muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuya fórmula se describe a continuación.

$$N = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

Z : Valor de la adscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P : Proporción de gerentes que hacen uso de la logística para realizar cambios en la empresa (se asume $P = 0.5$).

Q : Proporción de Gerentes que no hacen uso de la Logística para realizar cambios en la empresa (se asume $Q = 0.5$).

e : Margen de error.

N : Población.

N : Tamaño óptimo de muestra.

A un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error n será:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (38)}{(0.1)^2 (38-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$(0.1)^2 (38-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)$$

$n = 27$ gerentes o administradores.

Estos gerentes o administradores de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo serán seleccionados aleatoriamente de la población en estudio.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos se elaboró un cuestionario adaptado a las necesidades y requerimientos del presente estudio de investigación.

Entre las interrogantes se formulará preguntas cerradas como de opinión, pretendiendo conocer la opinión de los entrevistados acerca del tema de investigación, tratando siempre de establecer mecanismos que mantengan tanto la confianza durante todo el periodo de estudio.

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Concluido el trabajo de campo, se procedió a construir una base de datos para luego realizar los análisis estadísticos en el paquete SPSS versión 12.0 realizando lo siguiente:

- a. Obtención de frecuencias y porcentajes en variables cualitativas
- b. Construcción de tablas para cada percepción según gerentes o administradores encuestados
- c. Elaboración de gráficos por cada percepción estudiada para la presentación de resultados.

3.7 Tratamiento Estadístico

Los análisis estadísticos se desarrollaron con el software SPSS versión 27.0 operando lo siguiente:

- a. Obtención de frecuencias y porcentajes en variables cuantitativas.
- b. Construcción de tablas para cada percepción según los encuestados

- c. Elaboración de gráficos por cada percepción estudiada para la presentación de resultados.
- d. Análisis inferencial con la prueba de chi-cuadrado de comparación de proporciones independientes.

3.8 Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Las encuestas se aplicaron a los Gerentes y responsables del manejo administrativo de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo, acopiando los documentos cuyos resultados se tabularon minuciosamente, lo que ha confirmado y validado la hipótesis planteada. Respecto a la redacción de los instrumentos de investigación, como responsables de su aplicación nos hemos esforzado con el objetivo de que tenga absoluta claridad.

Los instrumentos se han sometido a evaluación y opinión de personas dedicadas al tema materia de investigación y en concordancia con algunos artículos mencionados en la bibliografía, permitiéndonos validar lo acopiado por los instrumentos de investigación.

3.9 Orientación ética

Las autoras de esta tesis, asumimos un compromiso ético con la comunidad de San Juan de Milpo, sus trabajadores y demás relacionados, especialmente en relación directa con la universidad en la búsqueda de la relación universidad – ciudadanía.

Reafirmamos nuestra convicción de que cuando el trabajo académico, la investigación científica y las propuestas innovadoras permitirán desarrollar de manera sostenible a la empresa y por ende a la sociedad de su entorno.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción del trabajo de campo.

El presente estudio de investigación se evaluó utilizando pruebas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables, para ello se utilizó chi – cuadrado entre otros y con el sistema SSPS.

<u>Técnicas</u>	<u>Instrumentos</u>
Encuesta, Entrevista, Observación directa, Documentos Bibliográficos.	Cuestionario, Guía de entrevista, Guía de Observación, Interpretación de textos.

4.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados obtenidos.

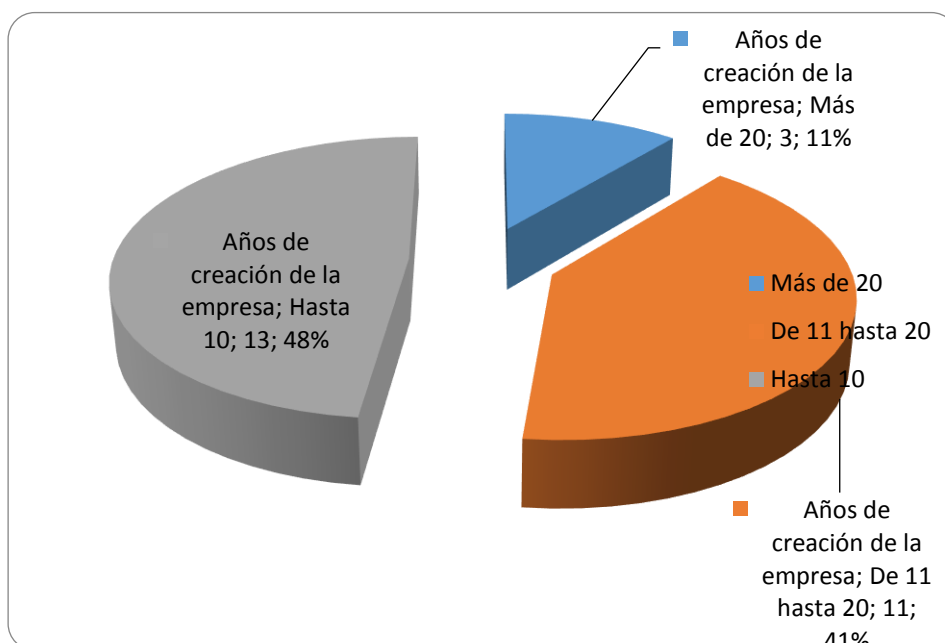
1. Fecha de creación de su empresa.

Cuadro N° 01

Años de creación de la empresa	Nº	%
Más de 20	3	11.11
De 11 hasta 20	11	40.74
Hasta 10	13	48.15
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de la empresa servicios múltiples
ESERMUL san juan de milpo.

Grafico N° 1



Fuente: Cuadro N° 1.

ANÁLISIS: Cuadro N° 1

En lo que se refiere a los años de existencia de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo, tenemos que un 48.15% tienen de 0 hasta 10 años, así también con un 40.74% tienen de 11 hasta 20 años de creación, en cambio se presenta un 11.11% de empresas con más de 20 años de existencia, lo cual notamos que las empresas son prácticamente nuevas.

2. ¿Cuántos trabajadores emplea es su empresa?

Cuadro N° 02

Trabajadores de la empresa	Nº	%
Más de 20	9	33.33
De 11 hasta 20	6	22.33
Hasta 10	12	44.44
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

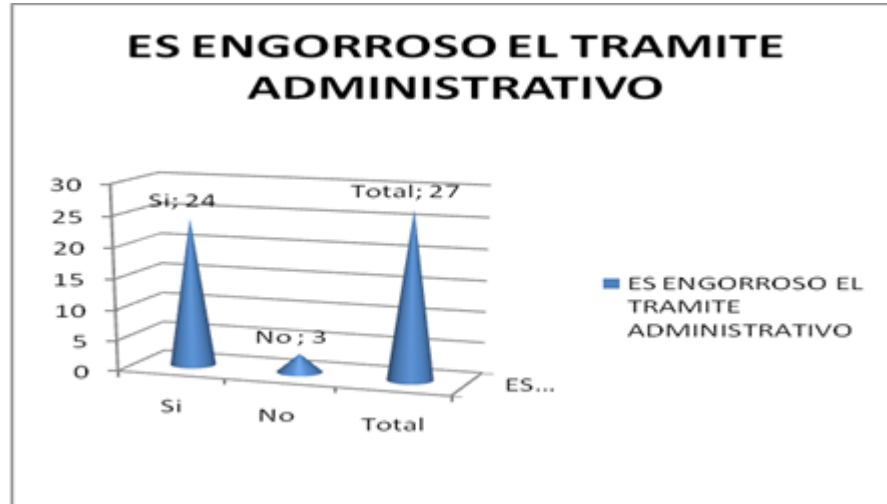
2.- ¿Tiene usted conocimiento de la logística?

Cuadro N° 03

Conoce la logística	Nº	%
Si	24	88.89
No	3	11.11
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de la empresa servicios multiples
ESERMUL san juan de milpo.

Grafico N°3



Fuente: Cuadro N° 3.

ANÁLISIS: cuadro N° 3

En cuanto a la aplicación de la logística dentro de cada empresa, el 88.89% de los gerentes o administradores de las contratas visitadas considera que tiene conocimiento de la logística dentro de su empresa, frente a un 11.11% que no tiene conocimiento.

4.- ¿La Logística permite lograr cambios para el crecimiento de las Contratas?

Cuadro N° 04

Alternativas	La Logística permite lograr cambios para el crecimiento de las Contratas	Nº	%
a	Abastecimiento oportuno y mayor producción	9	33.33
b	Planificación, organización, y trabajo en equipo para mejorar y agilizar la producción	6	22.23
c	Coordinación entre las áreas de producción hasta el consumidor final.	4	14.82
d	Control del movimiento de personal, transporte y servicio	3	11.11
e	Mejores cotizaciones de insumos para después comprarlo	3	11.11
f	Otros	2	7.40
Total		27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de la empresa servicios múltiples

ESERMUL San Juan de Milpo

Gráfico N°4



Fuente: Cuadro N° 4.

ANALISIS: Cuadro N° 4

Analizando a los gerentes o administradores de la empresa servicios múltiples ESERMUL san jun de milpa, acerca de lo que entienden por logística tenemos que un 33.33% piensa que es abastecimiento oportuno y que logra una mayor producción, seguido por un 22.23% están convencidos de que es la planificación organización y trabajo en equipo para mejorar y agilizar la producción. Cabe considerar que un 14.82%. Piensa que la logística logra cambio favorable ya que le permite coordinar entre las áreas de producción hasta el consumidor final. Si analizamos en total un 70.38% están claros de lo que entienden por logística y dichos conceptos están muy cercanos a su definición.

5.- ¿La Logística es beneficiosa para la organización?

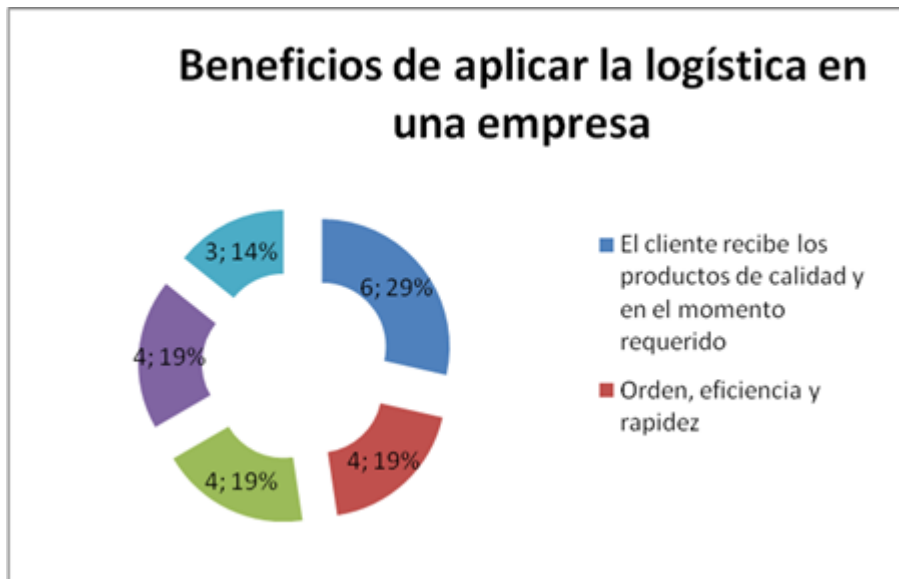
Cuadro N° 05

Alternativas	Beneficios de aplicar la logística en una empresa	Nº	%
a	El cliente recibe los productos de calidad y en el momento requerido	6	22.22
b	Orden, eficiencia y rapidez	4	14.82
c	Optimizar las ventas y la calidad	4	14.82
d	Información actualizada y coordinación con las diferentes áreas	4	14.82
e	Ahorro de dinero y tiempo	3	11.12
f	Mayor producción	2	7.40
g	Programar coordinaciones con proveedores	2	7.40
h	Otros	2	7.40
total		27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de la empresa servicios múltiples

ESERMUL san juan de milpo.

Gráfico N° 5



Fuente: Cuadro N° 5.

ANALISIS: CUADRO N° 5

En lo que se refiere a la ventaja de aplicar la logística en una empresa, que piensan que el cliente recibe los productos de calidad y en el momento requerido (2.22%), se logra un orden, eficiencia y rapidez (14.82%), además optimiza las ventas y calidad (14.82) y con el mismo porcentaje se obtiene información actualizada y coordinación con las diferentes áreas de la empresa.

Y sólo un 11.12% opinan que una ventaja sería un ahorro de dinero y tiempo. Entonces podemos concluir que con un 77.80% la persona entrevistada tiene conocimiento de las ventajas que proporciona la logística al ser aplicada en una empresa.

4.3 Prueba de hipótesis.

4.3.1 Contrastación para probar la independencia de dos variables

Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la distribución Ji cuadrada pues los datos para el análisis se encuentran clasificados en forma categórica. La estadística Ji cuadrada es adecuada porque puede utilizarse con variables de clasificación o cualitativas como la presente investigación.

HIPÓTESIS A:

H₀: La logística empresarial no es adecuada en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

H₁: La logística empresarial es adecuada en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

Influencia de Logística en la toma de decisiones

Aplica logística

empresarial	Muy buena	Buena	Regular	Total
Siempre	3	7	5	15
Casi siempre	6	1	2	9
Algunas veces	1	1	1	3
Total	10	9	8	27

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Solución:

H₀: La logística empresarial no es adecuada en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL san juan de milpo.

H₁: La logística empresarial es adecuada en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la empresa servicios múltiples ESERMUL san juan de milpo.

2. Alfa o nivel de

significancia $\alpha =$

0.05

3. Estadístico de

prueba:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(|O_{ij} - E_{ij}| - 0.5)^2}{E_i} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

4: Regla de decisión:

$X^2 =$ Chi calculado $X^2/c =$ Chi tabular

Si $X^2 \geq X^2/c$ entonces Se rechaza la hipótesis nula H_0

Si $X^2 < X^2/c$ entonces No se rechaza la hipótesis nula H_0

5. HALLANDO CHI CALCULADO

Frecuencia Observadas

Influencia de Logística en la toma de decisiones

Aplica logística empresarial

	Muy buena	Buena	Regular	Total
Siempre	3	7	5	15
Casi siempre	6	1	2	9
Algunas veces	1	1	1	3
Total	10	9	8	27

Frecuencias Esperadas

Siempre	6	5	4
Casi siempre	3	3	3
Algunas veces	1	1	1

Calculando la Frecuencia

Esperada

Relación	Fo	Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
BM	3	6	9	1.50000
MM	6	3	9	3.00000
AM	1	1	0	0.00000
BR	7	5	4	0.80000
MR	1	3	4	1.33333
AR	1	1	0	0.00000
BB	5	4	1	0.25000
MB	2	3	1	0.33333
AB	1	1	0	0.00000
	27	27		7.21667

$\chi^2 = Chi$ calculado

Para ACEPTAR o RECHAZAR la Hipótesis Nula

Calculando el CHI Tabular

$\chi_c^2 = Chi$ tabular

Grados de libertad

filas m=	3
Col n=	3
Grados Lib.=	4

Con un $\alpha = 0.05$; con 4 grados de libertad

$$\chi_c^2 = \text{Chi tabular}$$

Tabla 5.22

Frecuencia Observadas

Influencia de Logística en la toma de decisiones

Aplica logística

empresarial

Muy buena

Buena

Regular

Siempre

3

7

5

Casi siempre

6

1

2

Algunas veces

1

1

1

Frecuencias Esperadas

Siempre	6	5	4
Casi siempre	3	3	3
Algunas veces	1	1	1

Ajuste de la prueba

TOMA DE Como es tabular rechaza	1.042	0.450	0.063	DECISION: Chi calculado mayor que Chi entonces se la H ₀
	2.083	0.750	0.083	
	0.250	0.250	0.250	
Como es 7.21	p-valor		0.265379744	Chi calculado es mayor que

$\chi^2_c = \text{Chi tabular}$

5.22

Chi Tabular igual a 5.22 entonces se rechaza la H₀

Conclusión: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que si existe relación entre logística empresarial y la toma de decisiones

HIPÓTESIS B:

Hi La Logística empresarial no permite el crecimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

Ho La Logística empresarial si permite el crecimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

**Logística permite crecimiento de las
contratas**

**Aplica
logística
empresarial**

	Mucho	Poco	Total
Siempre	14	1	15
Casi siempre	6	3	9
Algunas veces	1	2	3
Total	21	6	27

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Solución:

Hi La Logística empresarial no permite el crecimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

Ho La Logística empresarial si permite el crecimiento de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

2. Alfa o nivel de
significancia $\alpha =$

0.05

3. Estadístico de
prueba:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(|O_{ij} - E_{ij}| - 0.5)^2}{E_i} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

4: Regla de decisión:

$\chi^2 =$ Chi calculado $\chi^2_c =$ Chi tabular

Si $\chi^2 \geq \chi^2_c$ entonces Se rechaza la hipótesis nula H_0

Si $\chi^2 < \chi^2_c$ entonces No se rechaza la hipótesis nula H_0

5. HALLANDO CHI CALCULADO

Frecuencia Observadas

Logística permite crecimiento de las
Contratas

Aplica logística empresarial		Mucho	Poco	Total
Siempre	14	1	15	
Casi siempre	6	3	9	
Algunas veces	1	2	3	
Total	21	6	27	

Frecuencias Esperadas

Siempre	12	3
Casi siempre	7	2
Algunas veces	2	1

Calculando la Frecuencia Esperada

Relación	Fo	Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
SM	14	12	4	0.33333
CM	6	7	1	0.14286
AM	1	2	1	0.50000
SP	1	3	4	1.33333
CP	3	2	1	0.50000
AP	2	1	1	1.00000
	27	27		3.80952

$\chi^2 = Chi$ calculado

Para ACEPTAR o RECHAZAR la Hipotesis Nula

Calculando el CHI Tabular

$\chi^2_c = Chi$ tabular

Grados de libertad

filas m=	3
----------	---

Col n=	2
Grados Lib.=	2

Con un $\alpha = 0.05$; con 2 grados de libertad

$$\chi_c^2 = \text{Chi tabular}$$

Tabla

Frecuencia Observadas

Logistica permite crecimiento de las Mypes

Aplica		
logistica		
empresarial	Mucho	Poco

Siempre	14	1
Casi siempre	6	3
Algunas veces	1	2

Frecuencias

Esperadas

Siempre	12	3
Casi siempre	7	2
Algunas veces	2	1

Ajuste de la prueba

0.188	0.750
0.036	0.125
0.125	0.250
$\chi^2 = \text{Chi tabular}$	1.47

p-valor 0.47873545

TOMA DE DECISION:

Como Chi calculado es mayor que Chi tabular entonces se rechaza la H_0

**Como Chi calculado es 3.81 es mayor que Chi Tabular igual a 1.47
entonces se rechaza la H_0**

Conclusión: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que si existe relación entre logística empresarial y el crecimiento de la empresa servicios.

4.4 Discusión de resultados

De la investigación realizada, tomando como resultado las encuestas y la información obtenida, así como el análisis de documentación que obtuvimos, planteamos los siguientes puntos referentes a la discusión de resultados:

- 1)** La empresa determinó y evaluó, para su posterior aplicación o implementación, que la aplicación de novedosas técnicas de administración logística genera ventajas competitivas en el mercado.
- 2)** Casi la totalidad de las personas entrevistadas consideran que, si bien han buscado formas de mejorar el desempeño empresarial para mejorar sus resultados económicos han admitido que es necesario iniciar un proceso de innovación en materia de administración
- 3)** Los entrevistados han sido bastantes contundentes al mencionar que nunca tuvieron la oportunidad de determinar que la logística empresarial influye en la toma de decisiones para la generación de ventajas competitivas al interior de la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.

- 4) Muchos de los funcionarios, por no decir todos, manifestaron que la propuesta de aplicación de nuevas técnicas logísticas permitirá mejores resultados en el giro de la empresa.
- 5) Los trabajadores entrevistados han señalado que la logística empresarial determina el crecimiento de la Empresa Servicios MÚLTIPLES ESERMUL San Juan de Milpo para la generación de Ventajas competitivas

CONCLUSIONES

1. Después de haber evaluado la hipótesis general a través de la prueba chi cuadrada con un 5% de significancia, se demostró que si existe relación entre logística empresarial y la toma de decisiones.
2. Se determinó y evaluó que la logística genera ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo
3. Se determinó que la logística empresarial influye en la toma de decisiones para la generación de Ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.
4. Se determinó que la logística empresarial determina el crecimiento de la Empresa servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo para la generación de Ventajas competitivas

RECOMENDACIONES

1. Qué, habiendo realizado la prueba de hipótesis y encontrando los resultados previstos, se recomienda a los accionistas de la empresa aplicar la logística empresarial de manera adecuada para que en adelante todas nuestras decisiones sean las más adecuadas, lo que permitirá en desarrollo permanente y competitivo de la empresa.
2. Por otro lado, se recomienda a los accionistas de la empresa que, la aplicación correcta de la logística empresarial incidirá en el crecimiento constante y sostenido de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

1. **August Casanovas**, (*et al*), "Logística Integral", Profit Editorial, (Barcelona 2011)
2. **SefaBoria Reverter**, (*et-al*), "Método del Trabajo Aplicado a las Ciencias Sociales", Publicaciones I Ediciones de la Universidad de Barcelona (2005)
3. **Tejero Julio**, "Logística Integral", ESIC editorial, Pozuelo de Alarcón (Madrid 2011)
4. **Serra Daniel**, "Logística empresarial en el Nuevo Milenio", Ediciones Gestión, (Barcelona 2005)
5. **Soret Ignacio** "Logística y operaciones en la empresa", ESIC (Madrid 2006)
6. **Villarreal Francisco** Logística integral: una herramienta para crear valor y ventajas competitivas., Teacs, año 03, numero 06
7. **August Casanovas**,(*et al*), "Logística Integral", Profit Editorial,(Barcelona 2011) pág. 20
8. **Sefa Boria Reverter**,(*et-al*), "Método del Trabajo Aplicados a las Ciencias Sociales", Publicaciones I Ediciones de la Universidad de Barcelona (2005), Pág. 77
9. **Tejero Julio**, "Logística Integral", ESIC Editorial, Pozuelo de Alarcón (Madrid 2011) Pág. 20
10. **Sainz Jose** "La distribución comercial: opciones estratégicas", editorial (Madrid 2000) pág. 44
11. **Soret Ignacio**, "Logística y Marketing para la Distribución General", ESIC (Madrid 2006) pag.20
12. **Villarreal Francisco** Logística Integral: una herramienta para crear valor y ventajas competitivas. año 03, numero 06 (pág. 101)
13. **August Casanovas**,(*et-al*), "Logística Integral", Profit Editorial,(Barcelona 2011) pág. 21
14. **Juan Ramón Lozano Rojo**, "Como y donde Optimizar Los Costes Logísticos", Fundación Confemetal,(Madrid) pág. 513

15. **Ayres, V. Roberto** "La próxima Revolución Industrial"; G.E. Latinoamericano; Bs. Aires, 1990.
16. **Bell, Daniel** "El Advenimiento de la Sociedad post - industrial"; Alianza Editorial; Madrid, 1976.
17. **Delamaide, Darrel** "El shock de la deuda"; Planeta; Barcelona, 1985.
18. **Drucker, Peter F.** "Administración y futuro"; Ed. Sudamericana; Bs. Aires 2004.
19. **Drucker, Peter F** "La sociedad postcapitalista"; Ed. Sudamericana; Bs. Aires 2002.
20. **Freeman, Christopher** "La teoría económica de la innovación industrial"; Alianza Editorial; Madrid, 2005.
21. **Maisonrouge, Jacques** "Manager internacional"; Planeta; Barcelona, 2005.
22. **Minc, Alain** "El desafío del futuro"; Grijalbo; Barcelona, 2006.
23. **Porter E., Michael** "La ventaja competitiva de las naciones"; Ed.Vergara; Buenos Aires; 2001.
24. **Toffler, Alvin** "El shock del futuro"; Plaza y Janes s.a.; Barcelona, 2000.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la Investigación: “La administración de la logística en la generación de ventajas competitivas en la Empresa Servicios Múltiples ESERMUL San Juan de Milpo – 2016”

TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION	POBLACION, MUESTRA	DISEÑO DE INVESTIGACION	TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION	INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION
<p>1. Tipo de Estudio <i>Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: “Investigación aplicada”.</i></p> <p>2. Nivel de investigación <i>Conforme a los propósitos del estudio la investigación es aplicada y se centra en el nivel descriptivo, y explicativo</i></p>	<p>Población La Unidad de análisis estará conformada por 27 administradores o trabajadores de la empresa servicios múltiples ESERMUL San Juan de Milpo.</p> <p>Tipo de muestreo <i>En cuanto al tipo de investigación, dada la naturaleza de este estudio podemos decir que es una investigación descriptivo y explicativo; APLICATIVO</i></p>	<p>Tipo de diseño Descriptivo</p> <p style="text-align: center;">$X \xrightarrow{r} Y$</p> <p>Técnicas estadísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Analisis del chi cuadrado 	<p>De investigación documental o bibliográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Análisis documental ❖ Análisis de contenido ❖ Fichaje <p>Técnicas de campo</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Encuestas ❖ Fichaje, ❖ observación 	<p>De investigación documental o bibliográfica:</p> <p><i>Fichas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Textuales ❖ Bibliográfico ❖ De resumen <p>Instrumentos de campo</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ cuestionario ❖ Fichas ❖ Lista de cotejo

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

CUESTIONARIO

1. Fecha de creación de su empresa.
 - Más de 20
 - De 11 hasta 20
 - Hasta 10
2. ¿Cuántos trabajadores emplea es su empresa?
 - Más de 20
 - De 11 hasta 20
 - Hasta 10
3. ¿Tiene usted conocimiento de la logística?
 - Si
 - No
4. ¿La Logística permite lograr cambios para el crecimiento de las Contratas?
 - Abastecimiento oportuno y mayor producción
 - Planificación, organización, y trabajo en equipo para mejorar y agilizar la producción
 - Coordinación entre las áreas de producción hasta el consumidor final.
 - Control del movimiento de personal, transporte y servicio
 - Mejores cotizaciones de insumos para después comprarlo
 - Otros
5. ¿La Logística es beneficiosa para la organización?
 - El cliente recibe los productos de calidad y en el momento requerido
 - Orden, eficiencia y rapidez
 - Optimizar las ventas y la calidad
 - Información actualizada y coordinación con las diferentes áreas
 - Ahorro de dinero y tiempo
 - Mayor producción
 - Programar coordinaciones con proveedores
 - Otros